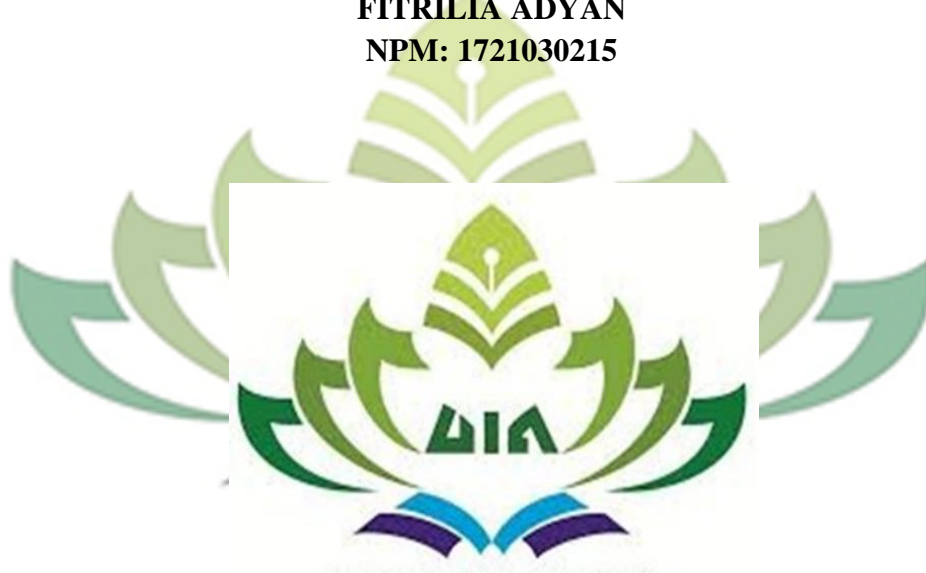


**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PROMO
HARGA MURAH MENYAMBUT NATAL
(Studi pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Bandar Lampung)**

SKRIPSI

**FITRILIA ADYAN
NPM: 1721030215**



Program Study: Hukum Ekonomi Syari'ah (Mu'amalah)

**FAKULTAS SYARI'AH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1442 H/2021 M**

TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PROMO HARGA MURAH MENYAMBUT NATAL

(Studi di PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Bandar Lampung)

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Hukum dalam Ilmu Syariah**

Oleh:

Fitrilia Adyan

NPM: 1721030215

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Pembimbing 1: Sucipto, S.Ag., M.Ag.

Pembimbing 2: Anis Sofiana, M.S.I

**FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1442 H / 2021**

ABSTRAK

Zaman yang serba modern ini jual beli ada di dalam kehidupan kita sehari-hari. Namun seiring berjalannya waktu praktek jual beli tidak hanya berlaku di pasar tradisional saja melainkan sudah mulai maju dan dibuatlah mall-mall besar yang sudah menjual segala kebutuhan kita sehari-hari tidak terkecuali promo yang ditawarkan Ramayana Bandar Lampung. Promo adalah salah satu yang sering ditawarkan oleh penjual kepada pembeli, namun ada kalanya juga ada promo yang besar bahkan sangat besar di penghujung tahun atau di hari raya tertentu tidak terkecuali hari raya Natal.

Rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini adalah bagaimana praktik penerapan promo harga murah menyambut Natal di Ramayana Lestari Tbk. Bandar Lampung dan bagaimana Tinjauan Hukum Islam terhadap praktik penerapan promo harga murah menyambut Natal di Ramayana Lestari Tbk. Bandar Lampung.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan dan metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan masalah secara normatif dan empiris, adapun data yang dipergunakan terdiri dari dua jenis yaitu data skunder dan data primer, yang diperoleh dengan cara studi pustaka dan studi lapangan, sedangkan analisis data yang digunakan penulis adalah analisis kualitatif yaitu dengan menguraikan dalam bentuk kalimat yang selanjutnya diadakan pembahasan terhadap masalah yang diteliti.

Berdasarkan penelitian diketahui bahwa praktik penerapan promo harga murah menyambut Natal di PT. Ramayana Lestari Sentosa Bandar Lampung sudah memenuhi syarat jual beli dan tidak menggunakan kecurangan di dalam setiap penjualannya dan untuk Tinjauan hukum Islam mengenai praktik penerapan promo harga murah menyambut Natal di PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Bandar Lampung, yaitu diperbolehkan karena telah sesuai dengan syariahnya adanya penjual dan pembeli, akad yang ada di Ramayana Bandar Lampung sudah memenuhi syarat dan barang-barang yang ada di Ramayana juga bukan barang yang sudah rusak serta tidak terdapat unsur-unsur yang dilarang dalam jual beli dan tidak menipu konsumennya.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertangda tangan di bawah ini:

Nama : Fitrilia Adyan
NPM : 1721030215
Jurusan/Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas Syariah : Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Promo Harga Murah Menyambut Natal (Studi pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Bandar Lampung)”**, adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 24 September 2021
Penulis,



Fitrilia Adyan
NPM. 17210302015



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS SYARIAH**

Jl. Letkol. Hendro Suratmin Sukarame Bandar Lampung 35131 Tlp (0721)703260

PERSETUJUAN

Nama : Fitrilia Adyan
NPM : 1721030215
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Fakultas : Syariah
Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Islam Terhadap Promo Harga Murah Menyambut
Natal (Studi Pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Bandar
Lampung)

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosyah
Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I,

Sucipto., S.Ag., M.Ag.
NIP. 196612271995031001

Pembimbing II

Anis Shofiana M.S.I.
NIP. 198910252019032009

**Ketua Jurusan,
Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)**

Khoiruddin, M.S.I.
NIP 197807252009121002



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS SYARIAH**

Jl. Letkol. Hendro Suratmin Sukarame Bandar Lampung 35131 Tlp (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Promo Harga Murah Menyambut Natal (Studi Pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Bandar Lampung)” disusun oleh Fitrilia Adyan, NPM: 1721030215, program studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah), telah diujikan dalam sidang Munaqosah di Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal:

Tim Penguji

Ketua : Dr. Susiadi AS., M.Sos.I.

Sekretaris : Arif Fikri, S.H.I., M.Ag.

Penguji I : Dr. H. Khoirul Abror, M.H.

Penguji II : Sucipto, S.Ag., M.Ag.

Penguji III : Anis Sofiana, M.S.I

Mengetahui

Dekan Fakultas Syariah



Dr. H. Khoirudin, M.H.

NPM.196210221993031002

MOTO

وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا

*“Dan penuhilah janji-janji, sesungguhnya janji itu akan dimintai
pertanggungjawabannya ”. (QS. Al- Isra:34)*



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Alhamdulillah dan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, semoga kita senantiasa mendapatkan Rahmat dan Hidayah-Nya. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk meraih cita-cita. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kepada ayah dan bunda yang saya cintai dan saya sayangi. Kepada ayah Benny Ariefal Adyan, SH dan bunda Eli Yanti terima kasih banyak karena senantiasa mendo'akan setiap waktu, memberikan masukan serta nasihat dan memberi dukungan setiap saat. Terima kasih atas seluruh kasih sayang yang tak terhingga. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat-Nya, kesehatan, kebahagiaan, kemurahan rezeki, dan keberkahan umur kepada ayah dan bunda. Dan semoga Allah SWT selalu menempatkan ayah dan bunda di dalam lindungan-Nya.
2. Terima kasih juga kepada diriku sendiri Fitrilia Adyan, karena telah semangat dan pantang menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Adik-adikku, Fuspita Aisyah Adyan dan Muhammad Fachri Adyan terima kasih sudah menemani, mendoakan, dan memberi semangat yang tiada hentinya.
4. Untuk Mukhammad Fajar Dwi Wahyu terima kasih banyak karena telah menemani, mendoakan dan memberi semangat yang tiada hentinya di akhir perjalanan kuliah ini. Kepada Nenek Jalimah, Nenek Suliaswati, Tante Henny, Om Ari dan juga Lucky Zulkarnain. Terima kasih telah memberi dukungan dan doanya.

RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap Fitrilia Adyan. Dilahirkan di Kotabumi pada tanggal 28 April 1999. Anak pertama dari tiga bersaudara, dari pasangan Bapak Benny Ariefal Adyan S.H dan Ibu Eliyanti. Adapun pendidikan yang telah ditempuh penulis dimulai tahun 2004, yaitu di mulai dari Taman Kanak-kanak Nurul Iman Kotabumi Lampung Utara lulus tahun 2005, SDN 5 Kelapa Tujuh Kotabumi Lampung Utara tahun 2005 dan lulus tahun 2011, SMP Negeri 7 Kotabumi Lampung Utara tahun 2011 dan lulus tahun 2014 SMA Negeri 3 Kotabumi Lampung Utara tahun 2014 dan lulus tahun 2017. Dan pada tahun yang sama penulis masuk di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung di Fakultas Syariah Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah).



Bandar Lampung, 30 September 2021
Penulis,

Fitrilia Adyan
NPM. 1721030215

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

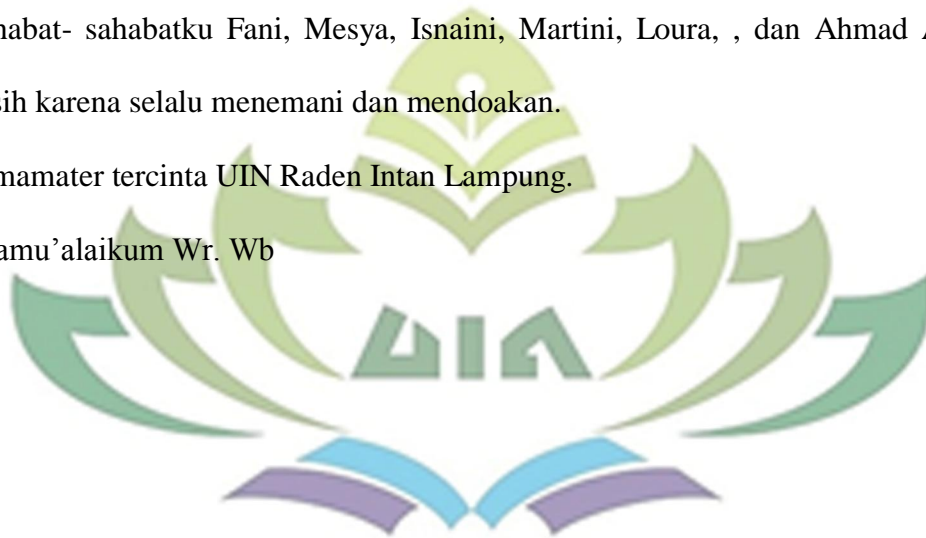
Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdulillahirobbil'alamin. Segala puji bagi Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa yang telah menguatkan jasmani dan rohani saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW suri teladan yang apabila kita mengikutinya kita tidak akan tersesat selamannya. Dan skripsi ini dapat penulis selesaikan atas bantuan dan bimbingan sertadorongan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. KH. Moh. Mukri, M.Ag., selaku Rektor UIN Raden Intan Lampung
2. Dr. KH. Khairuddin Tahmid, M.H., selaku Dekan Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung yang senantiasa memberikan pengarahan untuk semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Sucipto, S.Ag., M.Ag. selaku pembimbing I dan Anis Sofiana M.S.I Pembimbing II yang penuh kesabaran telah meluangkan waktu dan memberikan pemikiran-pemikirannya serta nasehatnya untuk membimbing dan memberikan arahan-arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak/Ibu Dosen dan Staff Karyawan Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan ilmunya selama masa perkuliahan.
5. Kedua orang tuaku, saudaraku dan keluarga besarku, yang selalu memberikan dukungan atas doa-doa dan motivasi yang diberikan.

6. Kepada Karyawan PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Bandar Lampung yang telah bersedia untuk diwawancarai.
7. Sahabat-sahabat seperjuangan Muamalah H angkatan 2017 terimakasih telah meluangkan banyak waktu serta memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat- sahabatku KKN-DR Desa Kalibening Raya dan sahabat-sahabat PPS ku yang sudah berjuang bersama.
9. Sahabat- sahabatku Fani, Mesya, Isnaini, Martini, Loura, , dan Ahmad Ajun terima kasih karena selalu menemani dan mendoakan.
10. Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb



Bandar Lampung, 30September 2021
Penulis,

Fitrilia Adyan
NPM. 1721030215

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	2
C. Fokus dan sub-Fokus Penelitian	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	8
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	8
H. Metode Penelitian	10
I. Sistematika Pembahasan.....	14

BAB II LANDASAN TEORI

A. Jual Beli Menurut Islam	17
1. Pengertian Jual Beli	17
2. Dasar Hukum Jual Beli	18
3. Jual Beli yang Dilarang	22
4. Macam-Macam Jual Beli	24
5. Rukun dan Syarat Jual Beli	26
B. Harga dan Promo Dalam Islam	
1. Harga dalam Islam	31
a. Pengertian Harga	31
b. Konsep Harga yang Adil Dalam Islam	36
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga	39
d. Laba (Keuntungan)	40
2. Promo Dalam Islam	
a. Pengertian Promo	42

b. Tujuan Promo	46
c. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Promo	46
d Potongan Harga.	48
e. Dasar Hukum Potongan Harga	50
f Istilah-istilah mengenai Potngan Harga	52
g. Nilai Positif dan Negatif Potongan Harga	53
BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	
A. Sejarah Berdirinya Ramayana	55
B. Sejarah Berdirinya Ramayana Tbk. Bandar Lampung	57
C. Visi dan Misi Ramayana Bandar Lampung.....	50
D. Struktur Organisasi Ramayana Tbk. Bandar Lampung.....	58
E. Jenis-JenisIn Store Pada Ramayana BandarLampung.....	63
F. PraktikPenerapan Promo HargaMurahMenyambut Natal di Ramayana Bandar Lampung	65
BAB IV ANALISA DATA	
A. Praktik Penerapan Promo Harga Murah Menyambut Natal di PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk Bandar Lampun	69
B. Tinjauan Hukum Islam Terhadap praktik Promo Harga Murah Menyambut Natal PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk BandarLampung.....	72
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	76
B. Rekomendasi	77
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk menghindari terjadinya kesalahan dan kekeliruan dalam pemahaman yang ada di skripsi ini, maka diperlukan penguraian dari beberapa istilah yang digunakan pada pokok permasalahan yang akan dibahas yaitu **“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Promo Harga Murah Menyambut Natal (Studi pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Bandar Lampung)”** Adapun istilah yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

Tinjauan adalah hasil meninjau, pandangan yang didapat setelah menyelidiki dan mempelajari.¹ Sedangkan Hukum Islam adalah sistem hukum yang bersumber dari wahyu Agama, sehingga istilah hukum Islam mencerminkan konsep yang jauh berbeda jika dibandingkan dengan konsep, sifat dan fungsi hukum biasa. Seperti lazim diartikan agama adalah suasana spiritual dari kemanusiaan yang lebih tinggi dan tidak bisa disamakan dengan hukum. Sebab hukum dalam pengertian biasa hanya menyangkut soal keduniaan semata.²

Jadi Hukum Islam adalah seperangkat peraturan berdasarkan wahyu Allah dan Sunnah Rasul tentang tingkah laku manusia yang diakui dan diyakini berlaku dan

¹Peter Salim dan Yenny Salim. *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, (Jakarta:Modern English Press, 1991), 1389.

² Said Ramadan, *Keunikan dan Keistimewaan Hukum Islam*, (Jakarta: Firdaus, 1991), 7.

mengikat untuk semua umat yang beragama Islam.³ Menurut kutipan tersebut dapat peneliti simpulkan bahwa Tinjauan Hukum Islam adalah kegiatan mengkaji atau menelaah hasil penelitian yang telah didapat setelah mempelajari suatu yang terjadi di lapangan berdasarkan hukum Islam yaitu sesuai dengan Al-Qur'an.

Promo adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan sebuah produk barang atau jasa dengan memotong harga agar menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Promo adalah suatu bentuk pengenalan dalam rangka memajukan usaha dagang.⁴ Sedangkan harga adalah ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya.⁵

Berdasarkan uraian di atas menurut peneliti bahwa promo harga murah menyambut Natal adalah memproduksi sebuah barang dan melakukan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli dalam rangka menyambut hari Natal, sehingga dapat disimpulkan bahwa maksud dari skripsi ini adalah memberikan gambaran terkait dengan permasalahan yang akan peneliti bahas tentang Tinjauan Hukum Islam Terhadap Promo Harga Murah Menyambut Natal studi pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Bandar Lampung.

³ Ismail Muhammad Syah, *Filsafat Hukum Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1999), 17.

⁴ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 898.

⁵ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: IKAPI, 2014), 272.

B. Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai makhluk sosial tentu saja memerlukan orang lain untuk keberlangsungan hidupnya, manusia saling melengkapi kebutuhan satu sama lain. Adanya kebergantungan satu sama lain antar manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, maka dari itu perlu diciptakannya hubungan baik antar satu dengan yang lainnya. Pada dasarnya manusia harus menjalin hubungan baik antar manusia yang bisa disebut juga sebagai bermuamalah. Dalam Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 2 dijelaskan bahwa:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعِيرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا ءَامِينَ الْبَيْتِ
الْحَرَامَ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا تَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن
صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ
وَالْعُدُوْنِ ؕ وَاتَّقُوا اللَّهَ ؕ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾ سورة المائدة : ٢

“Wahai orang-orang yang beriman, Janganlah kamu melanggar syiar-syiar kesucian Allah, dan jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) Hadyu (hewan-hewan kurban) dan Qala'id (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi; mereka mencari karunia dan keridaan Tuhannya. Tetapi apabila kamu telah menyelesaikan ihram, maka bolehlah kamu berburu. Jangan sampai kebencian(mu) kepada suatu kaum karena mereka menghalang-halangi dari masjidilharam, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolonglah dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya.”(QS. Al-Maidah [5]: 2).

Tolong menolong, membantu dan saling menasehati satu sama lain dalam ketaqwaan. Sebaliknya Allah sangat melarang kita saling tolong menolong dalam berbuat dosa dan berbuat pelanggaran. Sangat banyak bentuk tolong-menolong

sesama manusia yang dapat mempererat tali persaudaraan yang membentuk perasaan bersatu dan bersolidaritas. Perasaan seperti ini yang bisa menimbulkan sistem tukar menukarnya kewajiban untuk memberi dan menerima bantuan kepada sesama manusia.

Oleh karena itu, kegiatan bermuamalah diperbolehkan kecuali yang dilarang. Tujuan diturunkannya ajaran Islam ialah untuk membangun masyarakat yang berlandaskan dengan rasa cinta kasih, ikatan silaturahmi, kekerabatan yang dekat dan menciptakan masyarakat yang sempurna dengan banyak kebaikan.

Oleh karena itu, segala hal yang bisa mendekatkan atau mempercepat tali kekerabatan antara setiap individu dan bisa untuk mewujudkan rasa kasih sayang serta dapat mempersatukan antar sesama manusia yang disyariatkan dalam Islam. Berdagang atau bermuamalah adalah salah satu cara yang sangat efektif untuk mewujudkan nilai-nilai tersebut. Di dalamnya terdapat rasa saling menghormati, berbuat baik terhadap sesamanya, serta memperhatikan sayang dan rasa hormat terhadap sesama.

Tetapi seiring berjalannya waktu praktik jual beli saat ini tidak hanya dilakukan di pasar tradisional saja, melainkan di zaman yang serba modern saat ini praktik jual beli telah banyak dilakukan di Ramayana atau masyarakat umum seiring juga menyebutnya dengan sebutkan pusat perbelanjaan. Umumnya di dalam Ramayana menjual atau menyediakan segala kebutuhan yang kita perlukan sehari-hari. Selain menyediakan segala kebutuhan yang kita perlukan sehari-hari didalam pasar Ramayana juga untuk menarik para konsumennya, sering melakukan promo atau harga murah terutama saat menjelang hari raya umat kristiani yaitu perayaan

hari Natal, meskipun produk yang dijual sebenarnya tidak berhubungan langsung dengan Natal tetapi karena momen Natal itu, maka harga menjadi lebih murah.

Mengingat semakin pesatnya pertumbuhan barang yang dibutuhkan oleh konsumen, semakin bertambah banyak, baik dalam jumlah maupun jenisnya. Hal ini mendorong untuk berpacu agar dapat memuaskan kebutuhan konsumen dengan cara menghasilkan barang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Untuk meningkatkan hasil penjual, Ramayana mempunyai cara-cara atau metode-metode yang digunakan sebagai pedoman terutama dalam bidang pemasaran.

Strategi pemasaran adalah cara yang paling tepat dalam upaya meningkatkan penjualan, caranya ialah dengan melakukan promosi atau mendiskonkan suatu barang agar konsumen berniat dalam produk atau barang yang ada di Ramayana itu sendiri.

Berdasarkan strategi pemasaran dengan sistem promo atau diskon yang dilakukan *Departement Store* Ramayana Bandar Lampung tujuannya adalah untuk meningkatkan volume penjualan serta untuk menghabiskan stok barang atau pakaian yang sudah lama tidak laku terjual atau secara umum dikenal dengan sebutan cuci gudang dan dalam prakteknya cara ini dianggap paling baik untuk memancing konsumen membeli produk barang yang ditawarkan. Promo adalah cara menjual barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen dengan porongan harga, biasanya dengan persentase dari harga barang atau jasa yang bersangkutan, dan konsumen sudah tidak bisa menawar lagi.

Promosi yang dilakukan dalam rangka pemasaran telah memberikan peranan yang penting guna mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk yang

ditawarkan. Promosi penjualan yang dilakukan juga sangat beragam. Kebanyakan berjangka pendek, dirancang untuk mendorong pembeli untuk membeli produk tertentu secara lebih cepat atau lebih besar oleh konsumen atau pedagang. Sistem promosi yang dikenal luas salah satunya dengan menggunakan sistem potongan harga.

Namun, dalam prakteknya apakah diskon yang dilakukan *Departement Store* Ramayana Bandar Lampung sudah sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan tidak menipu konsumennya, sebagai contoh harga barang yang sebelumnya seharga Rp.50.000,- lalu harga tersebut diganti dan dinaikkan menjadi harga Rp. 100.000,- lalu barang tersebut didiskon 50% sehingga harga beli menjadi Rp. 50.000,- sebab apabila pihak *Departement Store* Ramayana Bandar Lampung melakukan penipuan harga terhadap konsumennya, maka pihak *Departement Store* Ramayana Bandar Lampung telah melanggar Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), yaitu Pasal 11 Huruf F, yaitu pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui atau menyesatkan konsumen dengan menaikkan harga atau tarif barang atau jasa sebelum melakukan obral atau diskon.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti memilih objek penelitian yang akan dilakukan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Bandar Lampung, karena PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Bandar Lampung senantiasa melakukan promo dengan memberikan potongan harga atau diskon terhadap barang-barangnya menjelang perayaan hari Natal tiba. Hal inilah yang menjadi alasan atau acuan bagi penulis untuk meneliti tentang “Tinjauan Hukum Islam Terhadap

Promo Harga Murah Menyambut Natal (Studi Pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Bandar Lampung).

C. Fokus dan Sub-Fokus Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti memfokuskan permasalahannya tentang Tinjauan Hukum Islam terhadap promo harga murah menyambut Natal pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Bandar Lampung.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas, maka perlu adanya rumusan masalah atau fokus permasalahan yang akan dibahas nanti. Adapun yang menjadi pokok permasalahannya yaitu:

1. Bagaimana praktik penerapan promo harga murah menyambut Natal di PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Bandar Lampung?
2. Bagaimana Tinjauan Hukum Islam mengenai praktik penerapan promo harga murah menyambut Natal PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Bandar Lampung?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka terdapat tujuan dalam penelitian penulisan skripsi ini diantaranya:

1. Untuk mengetahui praktik penerapan promo harga murah menyambut Natal di PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui Tinjauan Hukum Islam terhadap praktik penerapan promo harga murah menyambut Natal di PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Bandar Lampung

F. Manfaat Penelitian

Sedangkan kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat berguna antara lain sebagai berikut:

1. Kegunaan secara teoritis

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang besar dalam pengembangan ilmu pengetahuan, terutama mengenai permasalahan dan status Hukum Islam serta dapat memperkaya pemahaman tentang Islam.

2. Kegunaan secara praktis

Dapat bermanfaat bagi seluruh masyarakat mengenai jual beli atau bermuamalah sehingga tidak melanggar syari'ah dan penelitian ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat guna memenuhi tugas akhir dan memperoleh gelar Sarjana Hukum Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Dalam suatu penelitian diperlukan juga dukungan hasil-hasil penelitian yang berkaitan dengan penelitian tersebut. Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini, untuk menghindari terjadinya tumpang tindih dan tidak terjadi penelitian ulang dengan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka penulis mempertegas perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya.

1. Yaitu penelitian yang dilakukan oleh Aulia Rahmah (2016) yang berjudul Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Permainan Dengan Menggunakan

Kartu Zone (Studi di Zone 2000 Mall Ramayana, Kecamatan Tanjung Karang Kota Bandar Lampung). Skripsi tersebut membahas tentang Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Permainan Dengan Penggunaan Kartu Zone 2000. Penulis ingin menyampaikan apakah praktik yang digunakan untuk bermain di zone 2000 sudah tepat atau belum tepat dan bagaimana praktik penerapan bermain di zone 2000.⁶ Persamaan skripsi ini dengan skripsi yang diteliti adalah kesamaan pada tempat penelitian dan perbedaannya adalah skripsi ini membahas tentang bermain dengan menggunakan kartu sedangkan skripsi yang diteliti saat ini adalah tentang promo yang dilakukan di Ramayana Bandar Lampung.

2. Penelitian yang dilakukan oleh M. Ikhsan (2017) yaitu Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Dengan Sistem Diskon (Studi pada Toko Bata Jl. Yos sudarso Kecamatan Panjang Kota Bandar Lampung) Setelah penulis mengkaji dan memaparkan pembahasan skripsi ini, maka dari hasil penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan yaitu: Praktek sistem diskon yang dilakukan pada Toko Bata Kecamatan Panjang dengan cara menaikkan harga aslinya yang semulanya Rp.250.000,- menjadi Rp. 500.000 setelah itu didiskon tanpa sepengetahuan calon pembeli. Sistem diskon yang dilakukan dimaksudkan untuk menarik perhatian dan minat calon pembeli, sistem diskon seperti ini

⁶ Aulia Rahmah "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Permainan Dengan Menggunakan Kartu Zone di Mall Ramayana, Kecamatan Tanjung Karang Kota Bandar Lampung" (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung: 2016), 12.

mengandung unsur penipuan.⁷ Persamaan skripsi ini dengan skripsi yang diteliti oleh peneliti adalah sama-sama meneliti tentang diskon dan perbedaannya adalah terdapat kecurangan dalam penelitian yang dilakukan oleh M. Ikhsan sedangkan di penelitian ini tidak adanya kecurangan yang dilakukan oleh Ramayana Bandar Lampung.

H. Metode Penelitian

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang pada dasarnya adalah metode untuk menemukan secara realitas dan secara khusus tentang kegiatan yang terjadi di masyarakat, oleh karena itu melakukan penelitian mengenai beberapa masalah sehari-hari yang kini telah berkecamuk dan mengekspresikan di dalam bentuk gejala atau suatu proses sosial.⁸

Tidak hanya melakukan penelitian lapangan, penelitian ini juga menggunakan penelitian kepustakaan, dengan digunakannya beberapa literatur yang ada di perpustakaan yang berupa laporan hasil penelitian dari penelitian tertentu, catatan-catatan maupun buku-buku yang ada yang relevan dengan masalah yang diangkat dalam skripsi ini.

⁷ M. Ikhsan, "Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Dengan Sistem Diskon di Toko Bata Jl. Yos Sudarso Kecamatan Panjang Kota Bandar Lampung" (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung : 2017), 9.

⁸ Sutrisno Hadi, *Metode Research*, (Jakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1994), 142.

b. Sifat Penelitian

Dilihat dari sifatnya penelitian ini adalah bersifat deskriptif analisis kualitatif, yaitu suatu metode pendekatan yang dalam halnya meneliti suatu objek, status kelompok manusia, suatu kondisi atau suatu sistem pemikiran, ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang. Sebenarnya penelitian deskriptif ini sendiri dipergunakan untuk mengungkapkan data-data penelitian untuk mengambil sebuah kesimpulan dan status hukum dari pokok masalah judul.

2. Data dan Sumber Data

Data adalah fakta-fakta, sedangkan sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Adapun sumber data tersebut terdiri dari:

- a. Data Primer, data primer adalah data-data yang dikumpulkan secara langsung atau diperoleh dari lapangan yang bersumber dari hasil wawancara dengan pihak yang bersangkutan.⁹
- b. Data Sekunder, data sekunder adalah data-data yang diperoleh dari sumber bacaan yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang dibahas seperti, buku-buku, jurnal-jurnal, Al-Qur'an dan literatur lain.¹⁰

⁹ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 1999), 91.

¹⁰ Sunardi Nur, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta, Bumi Aksara, 2011), 76

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi juga dapat disebut dengan totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap, objek atau nilai yang akan diteliti dalam populasi dapat berupa orang, perusahaan, lembaga, media, dan sebagainya.¹¹ Populasinya ialah seluruh karyawan Ramayana Bandar Lampung. Dalam penelitian ini populasi berjumlah 89 orang.

b. Sampel

Sampel adalah bagian suatu objek atau objek yang mewakili populasi. Besarnya jumlah sampel yang akan diambil tergantung dari populasi yang diteliti. Jumlah sampel yaitu 2 orang karyawan, satu manager dan satu orang kepala gudang. Dalam penelitian tidak semua anggota populasi diteliti, hal ini mengingat keterbatasan jumlah tenaga, biaya, dan waktu. Untuk itu diperlukan sampel yang akan mewakili suatu populasi.

Sedangkan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sampling* didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut

¹¹Sunardi Nur, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, 76.

paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya.¹²

Penentuan sampel dilakukan dengan cara mengambil beberapa karyawan yang terlibat langsung dalam praktik jual beli ataupun promo yang dilakukan di Ramayana Bandar Lampung

4. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian pada skripsi ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara adalah penelitian yang dilakukan dengan cara mengadakan sebuah wawancara atau menanyakan secara langsung untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang permasalahan yang dikaji oleh penulis sehingga memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan pokok masalah yang ada di skripsi ini.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variable yang ada di buku, surat kabar, majalah, dan lain-lain. Metode ini untuk menghimpun atau memperoleh data, dengan cara melakukan pencatatan berupa arsip-arsip atau dokumentasi maupun keterangan yang terkait dengan penelitian.

5. Metode Pengelolaan Data

Dalam pengelolaan data ini, peneliti menggunakan beberapa cara yang diantaranya:

¹² Ibid, 80

a. Tahap Editing

Tahap editing ialah tahap pengelolaan data dengan cara meneliti kembali data-data yang sudah didapat atau sudah diperoleh. Tahap editing yang dilakukan oleh penulis ialah penyajian data-data yang sudah peneliti dapat dari hasil dokumentasi maupun wawancara yang kemudian disajikan dalam bentuk kata. Kata-kata yang baku dan lisan dan kalimat-kalimat yang mudah dimengerti.¹³

b. Sistematisan data ialah sesuatu untuk mengecek data-data atau bahan-bahan yang diperoleh secara sistematis, terarah serta beraturan dengan data yang diperoleh.¹⁴

6. Metode Analisis Data

Setelah semua data terkumpul baik berdasarkan studi pustaka maupun dari studi lapangan, selanjutnya data tersebut akan dianalisis dengan menggunakan metode analisis kualitatif yang berkaitan dengan cara mempelajari suatu gejala khusus agar yang berlaku di lapangan atau yang lebih umum mengenai suatu fenomena yang sedang diteliti, fenomena ini sendiri digunakan untuk menarik sebuah kesimpulan.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan disusun secara sistematis, tujuannya agar pembaca mudah dalam memahami karya tulis ini, oleh karena itu perlu ditunjukkan

¹³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta, Rineka Cipta), 134.

¹⁴ *Ibid*, 150

sistematika dalam memahami karya ilmiah ini. Sistematika penulisan dibagi dalam bab per bab yaitu:

Bab I adalah pendahuluan yang berisi meliputi sub bab, antara lain penegasan judul bagian ini berisi penjelasan tentang kata kunci dari judul yang berkaitan serta menegaskan apa maksud dari judul karya tulis ini, setelah itu latar belakang masalah yang mendasari penulis untuk melakukan penelitian tentang Tinjauan Hukum Islam Terhadap Promo Harga Murah Menyambut Natal, kemudian dari latar belakang tersebut berisi rumusan masalah yang mengkaitkan bagian penting yang menjelaskan hasil yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu tujuan penelitian. Apabila tujuan sudah ditetapkan maka penting juga diuraikan mengenai manfaat penelitian yang mengandung kegunaan dan kontribusi penelitian untuk pemahaman bagi umat Islam khususnya di Fakultas Syariah jurusan Hukum Ekonomi Syariah. Selanjutnya terdapat kajian penelitian terdahulu yang relevan berisi tentang informasi penelitian yang sudah dilakukan sebelum-sebelumnya, baik dalam bentuk skripsi maupun tesis yang berkaitan dengan fokus penelitian. Kemudian menentukan metode penelitian yang dijadikan sebagai instrument dalam penelitian untuk menghasilkan penelitian yang lebih terarah dan sistematis.

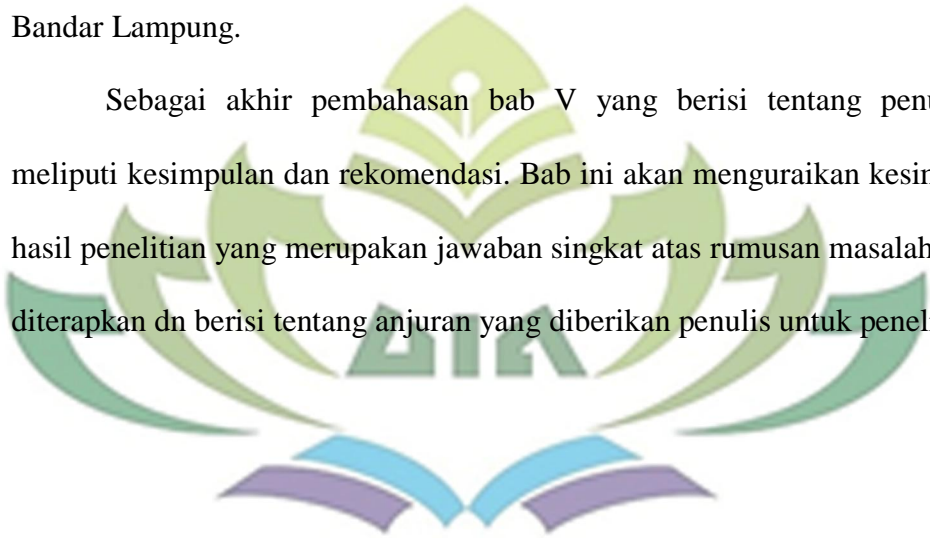
Bab II adalah landasan teori, bab ini berisi teori-teori yang dijadikan sebagai landasan dalam melakukan penelitian, berisi tentang Pengertian Jual Beli Menurut Islam, Harga dalam islam dan promo menurut islam

Bab III dalam skripsi ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian yaitu sejarah berdirinya Ramayana, sejarah berdirinya Ramayana Bandar

Lampung, visi dan misi, struktur organisasi Ramayana Bandar Lampung dan jenis-jenis *In Store Promotion* pada ramayana Bandar Lampung dan dalam bab ini juga berisi Penyajian data dan fakta penelitian.

Bab IV ini merupakan inti pembahasan dalam penelitian ini yang terdiri dari Praktik Penerapan Promo Harga Menyambut Natal di PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Bandar Lampung dan Tinjauan Hukum Islam Paktik Penerapan Promo Harga Murah Menyambut Natal di PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Bandar Lampung.

Sebagai akhir pembahasan bab V yang berisi tentang penutup, yaitu meliputi kesimpulan dan rekomendasi. Bab ini akan menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian yang merupakan jawaban singkat atas rumusan masalah yang telah diterapkan dn berisi tentang anjuran yang diberikan penulis untuk penelitian ini.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Jual Beli Menurut Islam

1. Pengertian Jual Beli

Terdapat beberapa pengertian jual beli baik secara bahasa maupun secara istilah. Jual beli menurut bahasa berarti pertukaran sesuatu dengan sesuatu yang lain. Kata lain dari jual beli adalah *Al-Bai'* yang berarti perdagangan¹⁵

- a. Ulama Hanafiah mengatakan bahwa, jual beli adalah pertukaran harta benda dengan harta orang lain berdasarkan cara khusus yang diperbolehkan.
- b. Imam Namawi mengatakan bahwa, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta yang lain untuk kemilikan.
- c. Ibnu Qudamah mengatakan bahwa, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta yang lain untuk saling menjadikan milik.
- d. Al-Sayyid Sabiq mengatakan bahwa jual beli adalah saling menukar atau pertukaran. Kata jual dan beli dipergunakan biasanya dalam pengertian yang sama. Dua kata ini masing masing mempunyai makna dua yang satu sama lainnya bertolak belakang.¹⁶

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar barang dengan barang atau barang dengan

¹⁵ Khumedi Ja'far, *Hukum Perdata Islam di Indonesia*, (Bandar Lampung: Pusat Penelitian dan Penerbitan IAIN Raden Intan Lampung, 2015), 139.

¹⁶ Al-Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah Jilid 12*, (Bandung: Almaarif, 1997), 47.

uang, dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan sesuai dengan ketentuan yang dibenarkan syara' atau Hukum Islam.¹⁷

2. Dasar Hukum Jual Beli

Hukum asal dari jual beli adalah *Mubah* (boleh). Akan tetapi, pada situasi-situasi tertentu, Imam Asy-Syathibi (w.790 H) pakar fiqh maliki mengatakan bahwa, hukumnya boleh berubah menjadi wajib. Imam Asy-Syathibi memberi contoh ketika terjadi praktik *Ihtikar* (penimbunan barang) sehingga stok hilang dari pasar dan harga melonjak naik.¹⁸ Jual beli disyariatkan berdasarkan Al-Qur'an, Sunnah, dan Ijma'.

a. Al-Qur'an

Al-Qur'an adalah kalam Allah yang diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW. Diturunkan kepada generasi sesudahnya secara mutawatir, membacanya merupakan ibadah, dimulai dari surat Al-Fatihah dan ditutup dengan surat An-Nas.¹⁹ Imam Asy-Syafi'i, sebagaimana para ulama lainnya menetapkan bahwa Al-Qur'an merupakan sumber hukum dalam Islam yang paling pokok. Terdapat sejumlah ayat Al-Qur'an yang berbicara tentang jual beli, diantaranya dalam surat Al-Baqarah, 2:275 yang berbunyi:²⁰

¹⁷ Khumedi Ja'far, *Hukum Perdata Islam di Indonesia*, 140.

¹⁸ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), h. 114.

¹⁹ Rachmat Syafei, *Ilmu Ushul Fiqh*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2010), h. 50

²⁰ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, 113.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾ سورة البقرة: ٢٧٥

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”. (Q.S. Al-Baqarah [2] : 275)

Ayat di atas secara tegas memberikan gambaran tentang hukum kehalalan jual beli dan keharaman riba. Allah SWT tegas-tegas menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Meskipun keduanya (jual beli maupun riba) sama-sama mencari keuntungan ekonomi, namun terdapat perbedaan yang mendasar dan signifikan terutama dari sudut pandang cara memperoleh keuntungan disamping tanggung jawab resiko kerugian yang kemungkinan timbul dari usaha ekonomi itu sendiri.²¹

Allah SWT. juga telah menegaskan dalam surat An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:

²¹ Muhammad Amin Suma, *Tafsir Ayat Ekonomi*, (Jakarta: Paragonatama Jaya, 2013), 173-174.

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٤٠﴾ ﴿سورة النساء : ٤٠﴾

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu”.
(Q.S. An-Nissa [4] : 29)

Isi kandungan ayat di atas menekankan keharusan mengindahkan peraturan- peraturan yang ditetapkan dan tidak melakukan apa yang diistilahkan dengan *al-bathil*, yakni pelanggaran terhadap ketentuan agama atau persyaratan yang disepakati. Ayat tersebut juga menekankan adanya kerelaan kedua belah pihak. Walaupun kerelaan adalah suatu yang tersembunyi di lubuk hati, indikator dan tanda-tandanya dapat terlihat. Ijab dan qabul atau apa saja yang dikenal dengan adat kebiasaan sebagai serah terima adalah bentuk-bentuk yang digunakan hukum untuk melanjutkan kerelaan.

b. Sunnah

Sunnah sering disamakan dengan hadis, artinya semua perkataan, perbuatan yang disandarkan kepada Nabi Muhammad SAW. Sunnah merupakan sumber hukum kedua setelah Al-Qur'an.²²

²² Beni Ahmad Saebani, *Ilmu Ushul Fiqh*, (Bandung: Pustaka Setia, 2009), 156.

c. Ijma'

Ijma'diartikan sebagai kesepakatan (*Al-Ittifaq*) terhadap sesuatu. Secara terminologis, ijma' adalah kesepakatan semua *mujtahid* dari ijma' umat Muhammad SAW. dalam suatu masa setelah beliau wafat terhadap hukum syara'.²³ Ijma' merupakan sumber hukum Islam yang ketiga setelah Al-Qur'an dan Sunnah. Ulama sepakat jual beli dan penekunannya sudah berlaku (dibenarkan sejak Zaman Rasulullah SAW hingga hari ini).²⁴ Mengenai dasar hukum jual beli dalam ijma', ulama telah sepakat bahwa jualbeli diperbolehkan dengan alasan bahwa manusia tidak akan mampu mencukupi kebutuhan dirinya, tanpa bantuan orang lain. Namun demikian, bantuan atau barang milik orang lain yang dibutuhkannya itu, harus diganti dengan barang lainnya yang sesuai.²⁵

3. Jual Beli Yang Dilarang

Islam tidak mengharamkan perdagangan kecuali perdagangan yang mengandung unsur kezhaliman, penipuan, eksploitasi, atau mempromosikan hal- hal yang dilarang. Perdagangan minuman keras, ganja, babi, patung, dan barang-barang sejenis, yang konsumsi, distribusi atau pemanfaatannya diharamkan, perdagangannya juga diharamkan Islam. Setiap penghasilan yang didapat melalui praktek itu adalah haram dan kotor.²⁶

Jual beli yang dilarang di dalam Islam di antaranya sebagai berikut:

²³*Ibid*, 165.

²⁴Al-Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah Jilid 12*, 48.

²⁵M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam, (Fiqh Muamalat)* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), 118.

²⁶Ghufron A. Masadi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), 141.

- a. Menjual kepada seorang yang masih menawar penjualan orang lainnya, atau membeli sesuatu yang masih ditawarkan orang lainnya. Misalnya, “Tolaklah harga tawarannya itu, nanti aku yang membeli dengan harga yang lebih mahal”. Hal ini dilarang karena akan menyakitkan orang lain.
- b. Membeli dengan tawaran harga yang sangat tinggi, tetapi sebetulnya dia tidak menginginkan benda tersebut, melainkan hanya bertujuan supaya orang lain tidak berani membelinya.
- c. Membeli sesuatu sewaktu harganya sedang naik dan sangat dibutuhkan oleh masyarakat, kemudian barang tersebut disimpan dan kemudian dijual setelah harganya melambung tinggi.
- d. Mencegat atau menghadang orang-orang yang datang dari desa ke luar kota, lalu membeli barangnya sebelum mereka sampai ke pasar dan sewaktu mereka belum mengetahui harga pasar. Hal ini tidak diperbolehkan karena dapat merugikan orang desa yang datang, dan mengecewakan gerakan pemasaran karena barang tersebut tidak sampai di pasar.
- e. Menjual suatu barang yang berguna, tetapi kemudian dijadikan alat maksiat oleh yang membelinya. Misalnya menjual buah anggur kepada orang yang biasa membuat minuman keras dengan anggur tersebut.
- f. Membeli barang yang sudah dibeli orang lain yang masih dalam masa *khiyar*.²⁷

²⁷ Sulaiman Rasyid, *Fiqh Islam*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2005), 284.

- g. Membeli barang dengan membayar sejumlah harga terlebih dahulu, sebagai uang muka jika tidak jadi akan diteruskan dengan orang lain dan uang hilang.²⁸
- h. Jual beli secara *Bai'najasy* (permintaan palsu), yaitu menaikkan harga bukan karena tuntutan semestinya, melainkan hanya semata-mata untuk mengelabui orang lain (agar mau membeli dengan harga tersebut).²⁹
- i. Menjual sesuatu yang haram. Misalnya jual beli babi, minuman keras, makanan dan minuman yang diharamkan secara umum, juga patung, lambang salib, berhala dan sejenisnya. Pembolehan dalam menjual dan memperdagangkannya berarti mendukung praktek maksiat, merangsang orang untuk melakukannya, atau mempermudah orang untuk melakukannya, sekaligus mendekatkan mereka kepadanya.
- j. Jual beli yang tidak transparan. Setiap transaksi yang memberi peluang. Terjadinya persengketaan, karena barang yang dijual tidak transparan, atau ada unsur penipuan yang dapat membangkitkan permusuhan antara dua belah pihak yang bertransaksi, atau salah satu pihak menipu pihak lain, dilarang oleh Nabi SAW. Misalnya menjual calon anak binatang yang masih berada dalam tulang punggung binatang jantan, atau anak unta yang masih dalam kandungan, burung yang berada di udara, atau ikan yang masih di dalam air, dan semua jual beli yang masih ada unsur tidak transparan.

²⁸Hasbi Ash Shiddieqy, *Hukum-Hukum Fiqh Islam, (Tinjauan Antar Madzab)*, (Semarang: PT Pustaka Rizki Putra, 2001), 354.

²⁹ Sulaiman Rasyid, *Fiqh Islam*, 286.

4. Macam-macam Jual Beli

Jual beli dapat ditinjau dari beberapa segi, yaitu dari segi objek jual beli dan segi pelaku jual beli. Pembahasannya sebagai berikut:

Ditinjau dari segi benda yang dijadikan obyek jual beli ada tiga macam.³⁰

1. Jual beli benda yang kelihatan, yaitu pada waktu melakukan akad jual beli benda atau barang yang diperdagangkan ada di depan penjual dan pembeli.
2. Jual beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam perjanjian, yaitu jual beli salam(pesanan). Salamadalah untuk jual beli yang tidak tunai (kontan), pada awalnya meminjamkan barang atau sesuatu yang seimbang dengan harga tertentu, maksudnya adalah perjanjian sesuatu yang penyerahan barang-barangnya ditangguhkan hingga masa-masa tertentu, sebagai imbalan harga yang telah ditetapkan ketika akad.
3. Jual beli benda yang tidak ada serta tidak dapat dilihat, yaitu jual beli yang dilarang oleh agama Islam, karena barangnya tidak tentu atau masih gelap, sehingga dikhawatirkan barang tersebut diperoleh dari curian atau barang titipan yang akibatnya dapat menimbulkan kerugian salah satu pihak. Dari segi obyeknya jual beli dibedakan menjadi empat macam.³¹

³⁰ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), 75.

³¹ Ghufroon A. Masadi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, 141.

- 1) *Bai' Al-Muqayyadah*, yaitu jual beli barang dengan barang, atau yang biasanya disebut dengan barter. Seperti menjual hewan dengan gandum.
- 2) *Bai' Al-Mutlaq*, yaitu jual beli barang dengan barang lain secara tangguh atau menjual barang dengan aman secara mutlak, seperti dirham, dolar atau rupiah.
- 3) *Bai' Al-Sharf*, yaitu jual beli yang aman (alat pembayaran) seperti dirham, dinar, dolar atau alat-alat pembayaran lainnya yang berlaku secara umum.
- 4) *Bai' As-Salam*. Dalam hal ini barang yang diakadkan berupa tangguh sedangkan uang yang dibayarkan, harus diserahkan sebelum keduanya berpisah. Oleh karena itu dalam akad salam berlaku sebagai *ain* (kepemilikan barang).

Ditinjau dari segi pelaku akad (subjek) jual beli terbagi menjadi tiga bagian, yaitu:³²

- 1) Akad jual beli yang dilakukan dengan lisan, yaitu akad yang dilakukan oleh kebanyakan orang, bagi orang bisu diganti dengan isyarat yang merupakan pembawaan alami dalam menampakkan kehendak, dan yang dipandang dalam akad adalah maksud atau kehendak dan pengertian, bukan pembicaraan dan pernyataan.
- 2) Penyampaian akad jual beli melalui utusan, perantara, tulisan atau surat-menyurat, jual beli seperti ini sama dengan ijab qabul dengan

³²Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, 77.

ucapan, misalnya via pos dan giro. Jual beli ini dilakukan antara penjual dan pembeli tidak berhadapan langsung dengan majelis akad, tapi melalui pos dan giro. Jual beli seperti ini dibolehkan menurut syara'. Dalam pemahaman sebagian Ulama, bentuk ini hampir sama dengan bentuk jual beli salam, hanya saja jual beli salam antara penjual dan pembeli saling berhadapan dalam satu majlis akad. Sedangkan dalam jual beli via pos dan giro antara penjual dan pembeli tidak berada dalam satu majlis akad.

- 3) Jual beli dengan perbuatan (saling memberikan) atau dikenal dengan istilah *mu'athah*, yaitu mengambil dan memberikan barang tanpa ijab dan qabul seperti seseorang mengambil rokok yang sudah bertuliskan label harganya, dibandrol oleh penjual dan kemudian memberikan uang pembayarannya kepada penjual. Jual beli dengan carademikian dilakukan tanpa ijab dan qabul antara penjual dan pembeli, menurut sebagian ulama' Syafi'iyah tentu hal ini dilarang, tetapi menurut sebagian lainnya, seperti Imam Nawawi membolehkan jual beli barang kebutuhan sehari-hari dengan cara yang demikian, yaitu tanpa ijab dan qabul terlebih dahulu.

5. Rukun dan syarat jual beli

a. Rukun Jual Beli

Karena perjanjian jual beli sebagai perbuatan hukum yang mempunyai konsekuensi terjadinya peralihan hak atas suatu barang dari pihak penjual kepada pihak pembeli, maka dengan sendirinya dalam

perbuatan hukum ini haruslah dipenuhi rukun-rukun dan syarat-syarat tertentu.

Para ulama fiqih telah sepakat bahwa, jual beli merupakan suatu bentuk akad atas harta. Adapun rukun jual beli adalah sebagai berikut :

- 1) Orang yang berakad (penjual dan pembeli).
- 2) Nilai tukar barang (uang) dan barang yang dibeli.
- 3) *Shigat* (Ijab qabul).³³

Transaksi jual beli harus memenuhi rukun-rukun ini. Jika salah satu rukunnya tidak terpenuhi, maka tidak dapat dikategorikan sebagai perbuatan jual beli. Dari paparan di atas dapat diketahui bahwa rukun yang terdapat dalam transaksi jual beli ada tiga, yaitu penjual dan pembeli, barang yang dijual dan nilai tukar sebagai alat membeli, dan serah terima.³⁴

b. Syarat Jual Beli

Adapun syarat sahnya jual beli menurut jumhur ulama, sesuai dengan rukun jual beli yaitu terkait dengan subjeknya, objeknya dan ijab qabul. Selain memiliki rukun, al-bai' juga memiliki syarat. Adapun yang menjadi syarat-syarat jual beli adalah sebagai berikut :

- 1) Berakal sehat, Maksudnya harus dalam keadaan tidak gila, dan sehat rohaninya.

³³ Chairuman Pasaribu, *Hukum Perjanjian dalam Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 1996) ,34.

³⁴ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, 70.

- 2) Dengan kehendaknya sendiri (tanpa paksaan), Maksudnya, bahwa dalam melakukan perbuatan jual beli salah satu pihak tidak melakukan tekanan atau paksaan atas pihak lain, sehingga pihak lain tersebut melakukan perbuatan jual beli bukan disebabkan kemauan sendiri, tapi ada unsur paksaan. Jual beli yang dilakukan bukan atas dasar kehendak sendiri tidak sah.
- 3) Kedua belah pihak tidak mubadzir, Keadaan tidak mubadzir, maksudnya pihak yang mengikatkan diri dalam perjanjian jual beli bukanlah manusia yang boros (mubadzir). Sebab orang yang boros di dalam hukum dikategorikan sebagai orang yang tidak cakap bertindak. Maksudnya, dia tidak dapat melakukan sendiri sesuatu perbuatan hukum walaupun kepentingan hukum itu menyangkut kepentingannya sendiri.
- 4) Baligh atau dewasa, Baligh atau dewasa menurut hukum Islam adalah apabila laki-laki telah berumur 15 tahun, atau telah bermimpi basah (bagi laki-laki) dan haid (bagi perempuan). Namun demikian, bagi anak-anak yang sudah dapat membedakan mana yang baik dan mana yang buruk, tetapi belum dewasa (belum mencapai umur 15 tahun dan belum bermimpi atau haid), menurut pendapat sebagian ulama diperbolehkan melakukan perbuatan jual beli, khususnya barang-barang kecil yang tidak bernilai tinggi.³⁵

³⁵ Suharwadi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2000), 130.

c. Objek Jual Beli

Yang dimaksud objek jual beli adalah benda yang menjadi sebabterjadinya perjanjian jual beli. Benda tersebut harus memenuhi syarat-syarat:

- 1) Suci barangnya maksudnya, barang yang diperjualbelikan bukanlah benda yang dikualifikasi sebagai benda najis, atau digolongkan sebagai benda yang diharamkan. Jadi tidak semua barang dapat diperjual belikan.
- 2) Dapat di manfaatkan pengertian barang yang dapat dimanfaatkan tentunya sangat relatif, sebab pada hakikatnya seluruh barang yang dijadikan sebagai objek jual beli merupakan barang yang dapat dimanfaatkan, seperti untuk dikonsumsi (beras,buah-buahan,dll) dinikmati keindahannya (perabot rumah,bunga,dll.) dinikmatisuaranya (radio, TV, burung,dll.) serta dipergunakan untuk keperluan yang bermanfaat seperti kendaraan, anjing pelacak, dll.
- 3) Milik orang yang melakukan akad maksudnya, bahwa orang yang melakukan perjanjian jual beli adalah pemilik sah barang tersebut atau telah mendapat izin dari pemilik sah barang. Jual beli barang yang dilakukan oleh orang yang bukan pemilik atau yang berhak berdasarkan kuasa pemilik tidak sah.
- 4) Mampu menyerahkan maksudnya, penjual baik sebagai pemilik maupun sebagai kuasa dapat menyerahkan barang yang dijadikan sebagai objek

jual beli dengan bentuk dan jumlah yang diperjanjikan pada waktu penyerahan barang kepada pembeli.

- 5) Mengetahui maksudnya, melihat sendiri keadaan barang baik mengenai hitungan, takaran, timbangan atau kualitasnya. Apabila dalam suatu jual beli keadaan barang dan jumlah harganya tidak diketahui, maka perjanjian jual beli itu tidak sah. Sebab bisa jadi perjanjian tersebut mengandung unsur penipuan.
- 6) Barang yang diakadkan di tangan menyangkut perjanjian jual beli atas sesuatu barang yang belum di tangan (tidak berada dalam penguasaan penjual) dilarang sebab bisa jadi barang tersebut rusak atau tidak dapat diserahkan sebagaimana telah diperjanjikan.³⁶

d. lafadz atau ijab qabul.

Ijab adalah pernyataan pihak pertama mengenai isi perikatan yang diinginkan. Sedang Qabul adalah pernyataan pihak kedua untuk menerimanya. Ijab qabul itu diadakan dengan maksud untuk menunjukkan adanya suka rela timbal balik terhadap perikatan yang dilakukan oleh dua pihak yang bersangkutan.

Sedangkan, suka sama suka itu tidak dapat diketahui dengan jelas kecuali dengan perkataan, karena perasaan suka itu bergantung hati masing-masing. Ini kebanyakan pendapat ulama. Tetapi beberapa ulama yang lain berpendapat, bahwa *lafadz* itu tidak menjadi rukun, hanya menurut adat dan kebiasaan saja. Apabila menurut adat, bahwa hal yang seperti itu sudah

³⁶ Chairuman Pasaribu, *Hukum Perjanjian dalam Islam*, 37-40

dianggap sebagai jual beli, itu saja sudah cukup, karena tidak ada suatu dalil yang jelas untuk mewajibkan lafal.

Ulama yang mewajibkan memenuhi beberapa syarat, yaitu sebagai berikut :

- 1) Keadaan ijab dan qabul berhubungan. Artinya salah satu dari keduanya pantas menjadi jawaban dari yang lain dan belum berselang lama.
- 2) Makna keduanya hendaklah sama walaupun lafal keduanya berlainan.
- 3) Keduanya tidak disangkutkan dengan urusan yang lain, seperti katanya, “kalau saya pergi, saya jual barang ini sekian”.
- 4) Tidak berwaktu, sebab jual beli berwaktu, seperti sebulan atau setahun tidak sah.³⁷

B. Harga dan Promo Dalam Islam

1. Pengertian Harga Dalam Islam

a. Pengertian Harga

Harga merupakan salah satu variabel dari pemasaran atau penjualan. Islam memberikan kebebasan dalam harga yang artinya segala bentuk konsep harga yang terjadi dalam transaksi jual beli diperbolehkan dalam ajaran islam selama tidak ada dalil yang melarangnya, dan selama harga tersebut terjadi atas dasar keadilan dan suka sama suka antara penjual dan pembeli.

Harga menjadi sesuatu yang sangat penting, artinya bila harga suatu barang terlalu mahal dapat mengakibatkan barang menjadi kurang laku,

³⁷ Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam diIndonesia*, (Jakarta:Kencana,2005), 101.

dan sebaliknya bila menjual terlalu murah, keuntungan yang didapat menjadi berkurang. Penetapan harga yang dilakukan penjual atau pedagang akan mempengaruhi pendapatan atau penjualan yang akan diperoleh atau bahkan kerugian yang akan diperoleh jika keputusan dalam menetapkan harga jual tidak dipertimbangkan dengan tepat sasaran. Dalam menetapkan harga jual dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti;³⁸

- 1) Penetapan harga jual oleh pasar yang artinya penjual tidak dapat mengontrol harga yang dilempar dipasaran. Harga ditentukan oleh mekanisme penawaran dan permintaan dalam keadaan seperti ini penjual tidak dapat menetapkan harga jual yang diinginkan
- 2) Penetapan harga jual yang dilakukan oleh pemerintah, artinya pemerintah berwenang menetapkan harga barang dan jasa terutama menyangkut masyarakat umum. Perusahaan tidak dapat menetapkan harga jual barang sesuai kehendaknya.
- 3) Penetapan harga jual yang dicontoh oleh penjual oleh perusahaan, maksudnya harga ditetapkan sendiri oleh perusahaan. Penjual menetapkan harga dan pembeli boleh memilih, membeli atau tidak. Harga ditetapkan oleh keputusan atau kebijaksanaan dalam perusahaan.

³⁸ Soemarsono, *Peranan Pokok dalam Menentukan Harga Jual*, (Jakarta: Rieneka Cipta, 1990), 17.

Jumhur ulama telah sepakat bahwa islam menjunjung tinggi mekanisme pasar bebas, maka hanya dalam kondisi tertentu saja pemerintah dapat melakukan kebijakan penetapan harga. Prinsip dari kebijakan ini adalah mengupayakan harga yang adil, harga yang normal, atau sesuai harga pasar. Dalam penjualan Islami, baik yang bersifat barang maupun jasa, terdapat norma, etika agama, dan prikemanusiaan yang menjadi landasan pokok bagi pasar Islam yang bersih, yaitu: ³⁹

- a) Menjual atau memperdagangkan barang-barang yang diharamkan.
- b) Bersikap benar, amanah dan jujur.
- c) Menegakkan keadilan dan mengharamkan riba.
- d) Menerapkan kasih sayang.
- e) Menegakkan toleransi dan keadilan.

Ajaran Islam memberikan perhatian yang besar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar. Mekanisme pasar yang sempurna merupakan resultan dari kekuatan yang bersifat massal, yaitu merupakan fenomenal alamiyah. Pasar yang bersaing sempurna menghasilkan harga yang adil bagi penjual maupun pembeli. Oleh karena itu, Islam sangat memperhatikan konsep harga yang adil dan mekanisme pasar yang sempurna.

Ibnu Taimiyah menyatakan bahwa naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi. Bisa jadi penyebabnya adalah penawaran yang menurun akibat

³⁹ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Bisnis Islam, Alih Bahasa Zainal Arifin*, (Jakarta: Gema Insani, 1999), 189.

inefisiensi produksi, penurunan jumlah impor barang-barang yang diminta atau juga tekanan pasar. Karena itu, jika permintaan terhadap barang meningkat, sedangkan penawaran menurun, harga barang tersebut akan naik. Begitu pula sebaliknya. Kelangkaan dan melimpahnya barang mungkin disebabkan oleh tindakan yang adil atau mungkin juga tindakan yang tidak adil.⁴⁰

Bila seluruh transaksi sudah sesuai aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah. Hal tersebut yang impersonal. Ibnu Taimiyah juga membedakan dua faktor penyebab pergeseran kurva permintaan dan penawaran yaitu tekanan pasar yang otomatis dan perbuatan melanggar hukum dari penjualan, misalnya penimbunan.⁴¹ Islam mengatur agar persaingan dipasar dilakukan dengan adil. Setiap bentuk yang dapat menimbulkan ketidakadilan dilarang, yaitu sebagai berikut⁴²

- 1) *Talaqqi rukban* dilarang karena pedagang yang menyongsong dipinggir kota mendapat keuntungan dari ketidaktahuan penjual dikampung akan harga yang berlaku dikota. Mencegah masuknya pedagang desa ke kota ini (*entry barrier*) akan menimbulkan pasar yang tidak kompetitif.
- 2) Mengurangi timbangan dilarang karena barang dijual dengan harga yang sama dengan jumlah yang sedikit.

⁴⁰ Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam, Edisi Ketiga* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), 144.

⁴¹ *Ibid*, 45.

⁴² *Ibid*, 153.

- 3) Menyembunyikan barang cacat dilarang karena penjual mendapatkan harga yang baik untuk kualitas yang buruk.
- 4) Menukar kurma kering dengan basah dilarang karena takaran kurma basah ketika kering bisa jadi tidak sama dengan kurma kering yang ditukar.
- 5) Menukar satu takar kurma kualitas bagus dengan dua tukar kurma kualitas sedang dilarang karena setiap kualitas kurma mempunyai harga pasarnya. Rasulullah menyuruh menjual kurma yang satu, kemudian membeli kurma yang lain dengan uang.
- 6) Transaksi *najasy* dilarang karena si penjual menaruh orang lain memuji barangnya atau menawar dengan harga tinggi agar orang lain tertarik.
- 7) Dilarang mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi.
- 8) *Ghaban faa-hisy* (besar) dilarang yaitu menjual diatas harga pasar.

b. Konsep Harga yang Adil Dalam Islam

Islam sangat menjunjung tinggi keadilan, termasuk juga dalam penentuan harga. Harga yang adil pernah digunakan Rasulullah SAW, dalam mengomentari kompensasi bagian bagi pembebasan budak, dimana budak ini akan menjadi manusia merdeka dan majikannya tetap memperoleh kompensasi dengan harga yang adil. Penggunaan istilah ini juga ditemukan dalam laporan tentang Khalifah dan Ali bin Abi Thalib. Umar bin Khattab menggunakan istilah harga yang adil ini ketika menetapkan nilai baru atas *diyat* (denda), setelah nilai dirham turun sehingga harga-harga naik.

Istilah *Qimah al-adl* juga banyak digunakan oleh para hakim yang telah mengodifikasikan Hukum Islam tentang transaksi bisnis dalam objek barang cacat yang dijual, perebutan kekuasaan, membuang jaminan atas hak milik dan sebagainya. Konsep harga yang adil atas konsep *Equivalen Pice* jelas lebih menunjukkan perdagangan yang maju dalam teori harga dengan konsep *Just Price*. Konsep ini hanya melihat bagian harga dari sisi produsen sebab mendasari pada biaya produksi saja. Konsep ini jelas memberikan rasa keadilan dalam prespektif yang lebih luas, sebab konsumen juga memiliki penilaian tersendiri atas dasar harga suatu barang. Itulah sebabnya syari'ah Islam sangat menghargai harga yang terbentuk atas dasar kekuatan permintaan dan penawaran di pasar.

Penentuan harga haruslah adil, sebab keadilan merupakan salah satu prinsip dasar dalam semua transaksi yang Islami. Bahkan, keadilan seringkali dipandang sebagai inti sari dari ajaran Islam dan dinilai Allah sebagai perbuatan yang lebih dekat dengan ketakwaan⁴³

Islam menghargai hak penjual dan pembeli untuk menentukan harga dan juga sekaligus melindungi hak keduanya. Islam membolehkan bahkan mewajibkan pemerintah melakukan intervensi harga, bila kenaikan harga disebabkan oleh distorsi terhadap permintaan dan penawaran. Kebolehan intervensi harga antara lain:

⁴³Yusuf Qardawi, *Peran Nilai dan Moral Dalam Perekonomian Islam, Cetakan Keempat Hadist Nomor 1314, Bab Al-Buyuu'*, (Jakarta: Robbani Press, 2004), 316.

1. Intervensi harga menyangkut kepentingan masyarakat yaitu melindungi penjual dalam hal tambahan keuntungan (*profit margin*) sekaligus melindungi pembeli dalam hal *purchasing power*.
2. Bila tidak dilakukan intervensi harga maka penjual dapat menaikkan harga dengan cara ikhtikar. Dalam hal ini penjual menzalimi pembeli.
3. Pembeli biasanya mewakili masyarakat yang lebih luas, sedangkan penjual mewakili kelompok masyarakat yang lebih kecil, sehingga intervensi harga berarti pula melindungi kepentingan masyarakat yang lebih luas.⁴⁴

Keadilan merupakan nilai paling asasi dalam ekonomi Islam. Menegakkan keadilan dan membrantas kezaliman adalah tujuan utama dari risalah para Rasul-Nya. Keadilan sering kali diletakkan sederajat dengan kebajikan dan ketakwaan. Seluruh ulama terkemuka sepanjang sejarah Islam menempatkan keadilan sebagai unsur paling utama dalam *maqashid syariah*. Sayyid Qutb menyebutkan keadilan sebagai unsur pokok komprehensif dan terpenting dalam aspek seluruh kehidupannya.⁴⁵

Menurut *Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam* (P3EI), berdasarkan makna adil yang ada dalam Al-Qur'an sebagaimana

⁴⁴Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar* (Yogyakarta: Ekonomisia, 2002), 203.

⁴⁵Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Press, 2009), 59.

disebutkan di atas, maka bisa dirutunkan nilai turunan yang berasal darinya sebagai berikut.⁴⁶

1. Persamaan Kompensasi, Persamaan kompensasi adalah pengertian adil yang paling umum, yaitu bahwa seseorang harus memberikan kompensasi yang sepadan kepada pihak lain sesuai dengan pengorbanan yang telah dilakukan. Pengorbanan yang telah dilakukan ini yang menimbulkan hak kepada seseorang yang telah melakukan pengorbanan untuk memperoleh balasan yang seimbang dengan pengorbanannya.
2. Persamaan Hukum, Persamaan hukum disini berarti setiap orang harus diperlakukan sama dimuka hukum. Tidak boleh ada diskriminasi terhadap seseorang di mukahukum atas dasar apa pun juga. Dalam konteks ekonomi, setiap orang harus diperlalkukan sama dalam setiap aktivitas maupun transaksi ekonomi. Tidak adal alasan untuk melebihkan hak suatu golongan atas golongan lain hanya karena kondisi yang berbeda dari keduagolongan tersebut.
3. Moderat. Moderat disini dimaknai sebagai posisi tengah-tengah. Nilai adil disini dianggap telah diterapkan seseorang jika seseorang yang bersangkutan mampu memposisikan dirinya dalam posisi ditengahmaka dalam hal inimemberikan implikasi bahwa seseorang harus mengambil posisi ditengah dalam arti tidak mengambil keputusan yang terlalu memperingan, misalnya dalam hal pemberian kompensasi.

⁴⁶*Ibid*, 60.

4. Proporsional, Adil tidak selalu diartikan kesamaan hak, namun hak ini disesuaikan dengan ukuran setiap individu atau proporsional, baik dari sisi tingkat kebutuhan, kemampuan, pengorbanan tanggung jawab ataupun kontribusi yang diberikan oleh seseorang
- c. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Harga

1. Permintaan

Permintaan merupakan salah satu elemen yang menggerakkan pasar. Istilah ini sering sekali digunakan oleh Ibnu Taimiyah untuk menunjukkan

permintaan ini adalah suatu keinginan. Keinginan yang muncul pada konsumen sesungguhnya merupakan sesuatu kompleks, dikatakan berasal dari Allah. Pada dasarnya faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dapat diuraikan sebagai berikut:⁴⁷

- a) Faktor-Faktor penentu permintaan.
- b) Harga barang yang bersangkutan merupakan determinan penting dalam permintaan. Pada umumnya, hubungan antara tingkat harga dan jumlah permintaan adalah negatif. Semakin tinggi tingkat harga, maka semakin rendah jumlah permintaan, demikian juga sebaliknya.

2. Penawaran

Dalam pemikiran ekonomi Islam klasik, pasokan (penawaran) telah dikenal sebagai kekuatan penting didalam pasar. Ibnu Taimiyah, misalnya mengistilahkan penawaran ini sebagai ketersediaan barang di pasar.

⁴⁷ *Ibid*, 60.

Dalam pandangannya, penawaran dapat berasal dari impor dan produksi lokal, Namun, ada beberapa faktor yang mempengaruhi antara lain:⁴⁸

- a) Masalah, Pengaruh masalah terhadap penawaran pada dasarnya akan tergantung pada tingkat keimanan dari produsen. Jika jumlah masalah yang terkandung dalam barang yang diproduksi semakin meningkat, maka berpengaruh juga terhadap angka produsen akan memperbanyak jumlah produksinya, produsen dengan tingkat keimanan “biasa” kemungkinan akan menawarkan barang dengan kandungan berkah minimum. Dalam kondisi seperti ini jika barang ditawarkan telah mencapai kandungan berkah minimum, maka produsen akan menganggapnya sudah baik, sehingga pertimbangan penawaran selanjutnya akan didasarkan pada keuntungan.
- b) Keuntungan, Keuntungan merupakan bagian dari *masalah* karena ia dapat mengakumulasi modal yang pada akhirnya dapat digunakan untuk berbagai aktivitas lainnya. dengan kata lain, keuntungan akan menjadi tambahan modal guna memperoleh masalah lebih benar lagi untuk mencapai *falah*.

d. Laba (Keuntungan)

Laba adalah selisih lebih dari hasil penjualan dari harga pokok dan biaya operasi. Kalangan ekonomi mendefinisikan sebagai selisih antara total penjualan dengan total biaya. Total penjualan yakni harga barang yang

⁴⁸*Ibid*, 318.

dijual dan total biaya operasional adalah seluruh biaya yang dikeluarkan dalam penjualan, yang terlihat dan tersembunyi.

Majelis Ulama Fiqh yang terkait dalam Organisasi Konferensi Islam (OKI) dalam pertemuan kelima di Kuwait dari tanggal 1-6 Jumadil Ula 1409H, (bertepatan dengan 10-15 Desember 1988M) telah melakukan diskusi tentang pembatasan keuntungan para pedagang. Mereka membuat ketetapan sebagai berikut:⁴⁹

- a. Hukum adalah hal yang diakui oleh *nash* dan kaidah-kaidah syari'ah adalah membiarkan umat bebas dalam jual beli mereka, dan mengoprasikan harta benda mereka dalam bingkai syari'ah Islam yang penuh perhatian dengan segala kaidah didalamnya.
- b. Terdapat banyak dalil dalam ajaran Islam yang mewajibkan segala muamalah bebas dari hal-hal yang haram, seperti penipuan, kecurangan, manipulasi, memanfaatkan ketidaktahuan, orang lain, memanipulasi keuntungan (memonopoli penjualan), yang kesemuanya adalah merugikan bagi masyarakat umum maupun kalangan bebas.
- c. Tidak ada standarisasi dalam pengambilan keuntungan yang mengikat para pedagang dalam melakukan berbagai transaksi jual beli mereka. Hal itu dibiarkan sesuai kondisi dunia usaha secara umum dan kondisi pedagang dan kondisi komoditi barang dagangan, namun dengan tetap

⁴⁹ Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ke-3*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), 78.

memperhatikan kode etik yang disyari'atkan dalam Islam, seperti sikap santun, *qona'ah*, toleransi dan memudahkan.

- d. Pemerintah tidak boleh ikut campur dalam menentukan standar harga, kecuali kalau melihat adanya ketidakbenaran di pasar dan ketidakbenaran harga karena berbagai faktor yang dibuat-buat. Dalam kondisi demikian, pemerintah bisa ikut dalam masalah pemantauan harga.

2. Promo dan Potongan Harga

a. Pengertian Promo dalam Islam

Istilah promo dalam hukum Islam dikenal dengan *Al-Bawafiz Al-Muraghghibah Fi Al- Shira'* yang secara bahasa yaitu diartikan “ Segala sesuatu yang mendorong atau menarik minat (membujuk) orang lain untuk membeli”.⁵⁰

Dalam pengertian secara terminologis, Khalid bin Abd Allah mengemukakan bahwa untuk memberi pengertian promo tentu harus merujuk kepada buku-buku pemasaran (*Marketing*) yang mengulas tentang permasalahan ini dan menjadikannya sebagai pokok bahasan.

Promo memiliki dua makna yaitu makna umum dan makna khusus. Makna umum promo adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan atau produsen untuk menambah hasil penjualan. Sedangkan arti promo secara khusus adalah hubungan komunikatif penjual atau produsen kepada para

⁵⁰ Khalid bin Abd Allah Al-Muslih, *Al- Hawafiz Al-Tijariyah*, (t.tp:t.p.,t.t), 9.

pembeli dengan maksud untuk memberi tahu mereka, membujuk atau mendorong mereka untuk membeli.

Dari pengertian ini Khalid bin Abd Allah menyimpulkan bahwa istilah promo secara umum mempunyai kedekatan dengan *Al-Bawafiz Al-Muraghghibah fi Al-shira'*. Berbeda dengan pengertian promo secara khusus menurut Khalid, biasanya hanya mencakup segala tindakan sebelum terjadinya transaksi jual beli sedangkan setelah terjadinya transaksi jual beli seperti garansi itu tidak termasuk dalam pengertian promo.⁵¹

Pada masa nabi Muhammad SAW, nabi melihat banyak sekali macam-macam perdagangan dipasar Jazirah Arab yang menggunakan berbagai macam startegi. Ada yang menjual dengan cara memaksa, mengumbar keunggulan produk, akan tetapi apa yang disampaikan oleh si pemasar semua itu bersifat bohong tidak sesuai dengan apa yang di ucapkan oleh pedagang saat berpromosi. Cara itu dianggap sebagai sesuatu yang haram, karena merugikan para pembelinya. Tidak sedikit yang melakukan kecurangan dengan hal yang serupa. Hingga saat ini cara yang demikian masih berlaku dan semakin berkembang, Promosi atau komunikasi marketing akan selalu bersifat halal selagi tidak mengandung unsur kebohongan, karena itu Rasulullah SAW berpesan untuk berhati-hati dalam melakukan promo.⁵²

⁵¹ *Ibid*, 9

⁵² Bambang Trim, *Business Wisdom of Muhammad SAW 40 Kedahsyatan Bisnis Ala Nabi SAW*, (Bandung: PT Karya Kita, 2008), 73-74.

Rasulullah merupakan seorang pedagang yang cerdas, beliau mempunyai cara untuk memikat hati para konsumennya, pada jaman Rasulullah promosi itu sudah dikenal, akan tetapi tidak disebut dengan promosi melainkan komunikasi. Yang sering Nabi lakukan adalah menjalin hubungan yang baik dengan para konsumennya. Salah satu contoh cara kreatif Rasulullah untuk mempromosikan dagangannya yaitu dengan cara memperkenalkan diri kepada para pelanggannya dan Ia selalu menunjukkan sisi terbaiknya kepada mereka, sehingga pelanggan mempercayai setiap perkataan yang Rasulullah ucapkan tentang dagangannya dan pada akhirnya konsumen tertarik untuk membeli dagangan beliau dengan senang hati.

Tak kenal maka tak membeli, itulah ungkapan yang melukiskan sifat pelanggan.⁵³ Dalam sebuah bisnis, apapun itu bentuk bisnisnya komunikasi tetap menjadi hal yang sangat penting yang harus diperhatikan baik oleh pedagang atau pun oleh konsumennya, sebab komunikasi yg baik akan memberikan keberuntungan kepada kedua belah pihak. Tidak ada bisnis yang berhasil tanpa adanya komunikasi yang baik antara pedagang dan pelanggan, komunikasi merupakan napas bisnis yang akan menopang hidup perusahaan. Artinya jangan sampai merusak tali silaturahmi yang sudah dijalin dengan konsumen.⁵⁴

Nabi Muhammad SAW tidak pernah melebih-lebihkan produk dengan maksud memikat pembeli. Rasulullah dengan tegas menyatakan bahwa

⁵³ Abdullah Zein, *Memikat Hati Pelanggan Ala Rasulullah*, (Yogyakarta: Safirah, 2016), 105.

⁵⁴ *Ibid*, 50.

seorang penjual harus menjauhkan diri dari sumpah-sumpah yang berlebihan dalam menjual suatu barang. Rasulullah tidak pernah melakukan sumpah untuk melariskan dagangannya. Kejujuran seringkali memegang peranan utama dalam perniagaan. Jangan sampai terdapat unsur kebohongan dengan konsumen sebab komunikasi yang baik merupakan jalan untuk kita bisa berkembang dalam bisnis yang dijalankan. Berarti semakin baik komunikasi pemasaran tercipta maka akan mendatangkan kepuasan yang semakin tinggi bagi semua pihak yang terlibat didalamnya, jadi komunikasi dapat menyatukan antara penjual dan pembeli dalam satu arus yang membuat pertukaran lebih efisien yang memungkinkan semua yang terlibat mencapai persetujuan pertukaran yang memuaskan.

Pada dasarnya semua bentuk promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran untuk merangsang konsumen agar mengunjungi toko, aktivitas yang berusaha menyebarkan informasi produk, juga untuk mempengaruhi, membujuk konsumen agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan bersangkutan. Pada era yang sangat kompetitif ini, perusahaan perlu mencari cara baru untuk berhubungan dengan pelanggan jika mereka menginginkan kesuksesan jangka panjang. Perusahaan mengembangkan strategi dan taktik yang menarik mereka kedalam hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, pemasok dan bahkan karyawan.⁵⁵

⁵⁵ Louis E. Boone dan David L. Kurtz, *Pengantar Bisnis Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 94.

b. Tujuan Promo

Promo bertujuan untuk mencoba produk baru, untuk menghargai pelanggan setia, dan untuk menaikkan tingkat pembelian ulang dari pemakaian sesekali. Tujuan promo dapat disebutkan sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dan menarik konsumen baru.
2. Memperkenalkan produk baru.
3. Meningkatkan jumlah konsumen untuk produk yang telah dikenal secara luas.
4. Mendorong penggunaan yang lebih banyak diantara konsumen yang telah terjangkau.
5. Menginformasikan kepada konsumen tentang peningkatan kualitas produk.
6. Mengajak konsumen untuk mendatangi toko tempat penjualan produk.
7. Menstabilkan pola penjualan.
8. Meningkatkan persediaan bagi perantara.
9. Mengimbangi upaya pemasaran pihak pesaing.

c. Faktor- faktor yang Mempengaruhi Promo

Menentukan variabel-variabel bauran promosi yang paling efektif merupakan tugas yang sulit dalam manajemen pemasaran. Dalam praktek manajemen harus mencari kombinasi yang terbaik atas penggunaan alat-alat tersebut. Selain itu, seberapa besar hasil yang dapat dicapai dari pengeluaran-pengeluaran untuk kegiatan promosi juga sulit diketahui.

Namun secara kuantitatif dapat dicari hasil yang paling mendekati kebenarannya, yaitu dengan menggunakan pendekatan statistik. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi penentuan kombinasi yang baik dari variabel-variabel bauran promosi.⁵⁶

1. Jumlah Dana, Suatu perusahaan yang mempunyai dana yang besar kegiatan promosinya akan lebih optimal dibanding dengan perusahaan yang hanya mempunyai dana terbatas.
2. Sifat pasar, ada tiga macam sifat pasar yaitu, Luas pasar secara geografis, jenis pelanggan dan konsentrasi pasar.
3. Sifat Produk, Strategi promosi juga dipengaruhi oleh sifat produknya, mendiferensiasikan produk sebuah perusahaan dengan produk pesaing. Seperti pada produk konverian, strategi ini memerlukan strategi periklanan memerlukan strategi distribusikan secara luas tidak memerlukan demonstrasi suatu penerangan, sedangkan pada produk industri cukup dengan *personal selling*.
4. Tahap-tahap Dalam Produk, memerlukan strategi periklanan sebab produk-produk konverian didistribusikan secara luas tidak memerlukan demonstrasi suatu penerangan, sedangkan pada produk industri cukup dengan *personal selling*. Tahap-tahap dalam produk *life cycle* Produk itu seperti manusia, yang memiliki usia hidup, yang mana produk *life cycle* ini meliputi beberapa tahapan yang berbeda-beda, dan masing-masing tahapan berada

⁵⁶ Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi ke Dua*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), h. 57.

pada lingkungan pemasaran yang berbeda pula. Panjangnya *life cycle* ini membawa pada perbedaan antara produk yang satu dengan yang lainnya. Kita dapat melihat dengan volume penjualan.

d. Potongan Harga

Potongan harga menurut beberapa ahli diantaranya adalah:

1. Rozalinda mengemukakan bahwa dalam bahasa Inggris dikenal dengan *price*, sedangkan dalam bahasa arab berasal dari kata *tsaman* atau *si'ruyaitu* nilai sesuatu dan harga yang terjadi atas dasar suka sama suka (*An-Taradin*) pemakaian kata *tsaman* lebih umum daripada *qimah* yang menunjukkan harga ril yang telah disepakati. Sedangkan *si'ru* adalah harga yang ditetapkan untuk barang dagangan.⁵⁷
2. Setiawan Budi Utomo mengemukakan bahwa dalam fiqh Islam dikenal dua istilah berbeda mengenai harga suatu barang, yaitu *as-saman* dan *as-si'r*. *As-saman* adalah patokan harga suatu barang. Sedangkan *as-si'r* adalah harga yang berlaku secara aktual di dalam pasar. Ulama Fiqh membagi *as-si'r* menjadi duamacam. Pertama, harga yang berlaku secara alami, tanpa campur tangan pemerintah. Dalam hal ini, pedagang bebas menjual barang dengan harga yang wajar, dan juga tetap dengan mempertimbangkan sesuai dengan keuntungannya. Pemerintah, dalam harga yang berlaku secara alami, tidak boleh campur tangan, karena campur tangan pemerintah dalam kasus ini dapat membatasi kebebasan dan merugikan hak para pedagang

⁵⁷Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*, (Jakarta :Rajawali Pers, 2015), 113.

ataupun produsen. Kedua, harga suatu komoditas yang ditetapkan pemerintah setelah mempertimbangkan modal dan keuntungan wajar bagi pedagang maupun produsen serta melihat keadaan ekonomi yang riil dan daya beli masyarakat. Penetapan harga pemerintah dalam pemerintah ini disebut dengan *at-tas'ir al-jabbari*.⁵⁸

3. Syabbul Bahri mengemukakan bahwa di sisi lain menurut bahasa potongan harga atau potongan harga dikenal dengan sebutan *al-naqis min al-tsaman* pengurangan harga.⁵⁹ Potongan harga juga disebut dengan istilah *khasm* potongan harga dalam jual beli Islam terdapat pada akad *Muwadla'ah* atau *Al-Wadli'ah*. Akad ialah *muwadla'ah* merupakan bagian dari prinsip jual beli dari segi perbandingan harga jual dan harga beli. *Bay al-muwadla'ah* adalah jual beli dimana penjual melakukan penjualan dengan harga yang lebih rendah dari pada harga pasar atau dengan potongan potongan harga. Penjualan semacam ini biasanya hanya dilakukan untuk barang-barang atau aktiva tetap yang nilai bukunya sudah sangat rendah.⁶⁰ Menurut samir, *Al-Wadli'ah* adalah menjual barang dengan harga pertama dengan pengurangan sesuatu yang telah diketahui.⁶¹

⁵⁸Setiawan Budi Utomo, *Fiqh Aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)*, (Jakarta : Gema Insani, tt), 90.

⁵⁹Syabbul Bahri, *Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam, Artikel Antologi Kajian Islam vol.15 No.1* (Surabaya : IAIN Sunan Ampel, 2010), 15.

⁶⁰Zainul arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah* (Jakarta : Pustaka Alvabet, 2006), 27.

⁶¹Samir Abdun Nur Jaballahu, *DhawabitutSamani waTathbiqtuhu fi Aqdil Bay'* (Riyad : Dar Kanzu Isybiliya Lilnasyri wa Tauzi', 2005), 203.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas maka dapat diperoleh pengertian bahwasanya potongan harga adalah potongan harga yang diberikan kepada pembeli dengan harga yang telah ditetapkan yang biasanya merupakan strategi dalam promosi. Sistem potongan harga sering digunakan oleh penjual bertujuan juga dalam meningkatkan penjualannya karena dengan adanya potongan harga atau potongan harga sangat menarik minat pembeli untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan.

e. Dasar Hukum Potongan Harga

Hukum potongan harga diperbolehkan selama tidak membawa kepada hal yang diharamkan seperti penipuan kepada konsumen, menimbulkan kerugian pada orang lain, dan lain sebagainya. Seperti yang terdapat pada dalil- dalil berikut ini:

1. Al- Qur'an

Firman Allah QS. An-Nisa [4] ; 29

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾
 ﴿سورة النساء : ٤٠﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”(Q.S. An-Nissa [4] : 29).

Berdasarkan ayat di atas dapat diketahui bahwa dalam Islam jual beli diperbolehkan jika atas dasar suka sama suka dan berlaku jujur dalam hal jual beli sehingga dapat terhindar dari hal yang haram. Jika dikaitkan dengan

harga, pada dasarnya diperbolehkan dengan dasar suka sama suka dengan adanya kejujuran antara kedua belah pihak dalam hal potongan harga.

2. Sunnah

حَدَّثَنَا الْعَبَّاسُ بْنُ الْوَلِيدِ الدَّمَشَقِيُّ حَدَّثَنَا مَرْوَانُ بْنُ مُحَمَّدٍ حَدَّثَنَا عَبْدُ
الْعَزِيزِ بْنُ مُحَمَّدٍ عَنْ دَاوُدَ بْنِ صَالِحٍ الْمَدِينِيِّ عَنْ أَبِيهِ قَالَ سَمِعْتُ أَبَا سَعِيدٍ
(رواه ابن ماجة)

"Telah menceritakan kepada kami [Al Abbas bin Al Walid Ad Dimasyqi] berkata, telah menceritakan kepada kami [Marwan bin Muhammad] berkata, telah menceritakan kepada kami [Abdul Aziz bin Muhammad] dari [Dawud bin Shalih Al Madini] dari [Bapaknya] berkata; aku mendengar [Abu Sa'id] ia berkata, "Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Hanyasanya jual beli berlaku dengan saling ridha." (HR. Ibnu Majah Nomor 2176).⁶²

Berdasarkan hadist diatas terlihat bahwa perniagaan atau jual beli diperbolehkan jika dilakukan atas dasar ridha. Ridha dalam hal ini adalah kerelaan dan tidak ada paksaan antara penjual dan pembeli.

3. Kaidah Fiqh

Berdasarkan kaidah fiqh bahwa asal muamalah adalah boleh kecuali jika ada dalil yang mengharamkannya. Selain itu kaidah ini adalah bahwa boleh dalam setiap muamalah dan transaksi, pada dasarnya boleh, seperti jual beli, sewa menyewa, gadai, kerja sama, dan perwakilan kecuali yang tegas-tegas diharamkan seperti tipuan, judi dan riba.

⁶²Muhammad Nashiruddin Al-Abani, *Shahih Sunan Ibnu Majah. Jilid 3*. (Pustaka Azzam, 2007) No. 2176

Sebagaimana diketahui sebelumnya bahwa prinsip muamalah adalah boleh selama tidak ada dalil yang melarangnya. Atas dasar itulah maka hukum potongan harga pada dasarnya adalah boleh selama dilakukan menurut cara yang dibenarkan oleh syariat, tidak menimbulkan bahaya dan kerugian di salah satu pihak.

f. Istilah-istilah Mengenai Potongan Harga

1. Potongan harga adalah pengurangan harga yang dikenakan pada suatu barang atau jasa yang diberikan oleh pemasok kepada pelanggan.⁶³
2. *Al-naqs min al-tsaman* atau pengurangan harga.⁶⁴
3. Potongan Harga Kualitas, adalah pengurangan dari daftar harga penjual yang menarik minat konsumen untuk membeli dalam jumlah besar. Potongan harga didasarkan pada volume pembelian baik dalam jumlah uang ataupun unit produk. Potongan harga kualitas harus ditawarkan sama untuk semua pelanggan dan tidak boleh melebihi penghematan biaya yang diperoleh penjual karena menjual dalam jumlah besar.⁶⁵
4. Penurunan harga, adalah bentuk lain pengurangan harga dari daftar produk yang ditawarkan. Misalnya, penurunan harga saat menurunkan produk lama dengan produk yang baru.⁶⁶
5. Potongan harga musiman, adalah pengurangan harga yang diberikan kepada konsumen yang membeli barang atau jasa diluar musimnya. Misalnya penjual

⁶³Christoper, *Kamus Lengkap Ekonomi*, Erlangga : Jakarta, 1998, 155.

⁶⁴Syabbul Bachri, *Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam*, Artikel Antologi Kajian Islam vol.15 No.1, 15.

⁶⁵*Ibid*, 94

⁶⁶*Ibid*, 94

jas hujan akan menawarkan potongan harga musiman kepada toko pengecer agar mereka memesan lebih awal. Hotel dan penginapan akan menawarkan potongan harga musiman pada waktu frekuensi pengunjung tamu sedang rendah diluar musim wisata. Potongan harga musiman memungkinkan penjual mempertahankan volume produksinya sepanjang tahun.⁶⁷

g. Nilai Positif dan Negatif Potongan Harga

Fenomena yang terjadi dimasyarakat mengenai potongan harga adalah dengan harga yang murah. Pemberian potongan harga akan berdampak terhadap konsumen, terutama dalam pola pembelian konsumen yang akhirnya juga berdampak terhadap volume penjualan yang diperoleh perusahaan. Pembelian dapat dipusatkan perhatiannya pada penjual tersebut, sehingga hal ini dapat menambah atau mempertahankan langganan penjual yang bersangkutan. Merupakan yang dapat menarik terjadinya transaksi pembelian.

Potongan harga sendiri memiliki dampak positif yaitu konsumen bisa membeli kebutuhan dengan harga yang terjangkau atau murah. Dengan harga yang relatif murah maka konsumen akan terus membeli di toko tersebut dan juga biasanya dengan adanya potongan harga, konsumen membeli dengan jumlah yang relatif banyak. Tetapi potongan harga juga bisa berdampak buruk karena bisa menimbulkan pemborosan.

Potongan harga diberikan dengan tujuan tertentu baik hal tersebut menguntungkan bagi perusahaan maupun konsumen. Namun di sisi lain terdapat nilai positif dan negatif yang menyertainya seperti sebagai berikut:

⁶⁷*Ibid*, 94

1. Mendorong pembelian dalam jumlah besar.
2. Mendorong agar pembelian dapat dilakukan dengan kontan atau waktu yang lebih pendek.
3. Mengikat pelanggan agar tidak berpindah ke tempat perbelanjaan yang lain.⁶⁸

Disisi lain dapat juga kita lihat bahwa potongan harga memiliki beberapa aspek yang harus diperhatikan yaitu:⁶⁹

1. Barang akan segera digantikan oleh model yang lebih baru.
2. Ada yang tidak beres dengan produk ini sehingga mengalami kesulitan dalam penjualannya.
3. Perusahaan mengalami masalah keuangan yang gawat.
4. Harga akan turun lebih jauh lagi apabila harus menunggu lebih lama.
5. Mutu produk ini oleh perusahaan diturunkan.

⁶⁸ Sutisna, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2001), 303

⁶⁹ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 148

DAFTAR RUJUKAN

- Angipora, Marius P, *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi ke Dua*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002.
- Al-Abani, Muhammad Nashiruddin, *Shahih Sunan Ibnu Majah. Jilid 3*. Pustaka Azzam, 2007
- Al-Abani, Muhammad Nashiruddin, *Shahih Sunan Ibnu Majah. Jilid 3*. Pustaka Azzam, 2007
- Al-Muslih, Khalid bin Abd Allah, *Al-Hawafiz Al-Tijariyah*, t.tp:t.p.,t.t
- Arifin, Zainul, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta : Pustaka Alvabet 2006
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta, Rineka Cipta
- Azwar, Saifuddin *Metode Penelitian*, Yogyakarta,, Pustaka Pelajar, 1999
- Bahri, Syabbul, *Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam, Artikel Antologi Kajian Islam vol.15 No.1* Surabaya : IAIN Sunan Ampel, 2010
- Christoper, *Kamus Lengkap Ekonomi*, Erlangga : Jakarta, 1998
- Dewi, Gemala, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Jakarta:Kencana, 2005
- E. Boone, Louis dan David L. Kurtz, *Pengantar Bisnis Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Gitosudarmo, Indriyo, *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: IKAPI, 2014.
- Hadi, Sutrisno *Metode Research*, Jakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1994
- Haroen, Nasrun, *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007
- Hasan, M. Ali, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam, (Fiqh Muamalat)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003.
- Isnaini, Arif, *Model dan Strategi Pemasaran*, Makasar: NTP Press, 2005

Jaballahu, Samir Abdun Nur, *Dhawabitu Tsamani wa Tathbiqtuhu fi Aqdil Bay'*,
Riyad : Dar Kanza Isybiliya Lilnasyri wa Tauzi', 2005

Ja'far, Khumedi, *Hukum Perdata Islam di Indonesia*. Bandar Lampung: Pusat
Penelitian dan Penerbitan IAIN Raden Intan Lampung, 2015.

Karim, Adiwarman A, *Ekonomi Mikro Islam, Edisi Ketiga*. Jakarta: PT Raja Grafindo
Persada, 2011.

Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2009

Limakrisna Nandan dan Wilhelmus Hary Susilo. *Manajemen Pemasaran Teori dan
Aplikasi dalam Bisnis* Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012.

Lubis, Suharwadi K, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 2000.

Machfoedz, Mahmud, *Pengantar Bisnis Modern*, Yogyakarta: C.V Andi Offset,
2012

Masadi, Ghufon A. *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,
2002.

Nur, Sunardi, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta, Bumi Aksara,
2011

Pasaribu, Chairuman, *Hukum Perjanjian dalam Islam*. Jakarta: Sinar Grafika, 1996

Peter Salim dan Yenny Salim. *Kamus Bahasa Indonesia Kontenporer*. Jakarta: Modern
English Press, 1991.

Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*.
Jakarta: Balai Pustaka. 2005.

Qardawi, Yusuf, *Peran Nilai dan Moral Dalam Perekonomian Islam, Cetakan
Keempat Hadist Nomor 1314, Bab Al-Buyuu'*. Jakarta: Robbani Press, 2004.

Qardhawi, Yusuf, *Norma dan Etika Bisnis Islam, Alih Bahasa Zainal Arifin*. Jakarta:
Gema Insani, 1999.

Ramadan, Said, *Keunikan dan Keistimewaan Hukum Islam*. Jakarta: Firdaus, 1991

Rasyid, Sulaiman, *Fiqh Islam*. Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2005

Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*, Jakarta :
Rajawali Pers, 2015

- Sabiq, Al-Sayyid, *Fikih Sunnah Jilid 12*. Bandung: Alma'arif, 1997.
- Saebani, Beni Ahmad, *Ilmu Ushul Fiqh*. Bandung: Pustaka Setia, 2009.
- Shiiddieqy, Hasbi Ash, *Hukum-Hukum Fiqh Islam. Tinjauan Antar Madzab*. Semarang: PT Pustaka Rizki Putra, 2001.
- Shihab, M. Quraish *Tafsir Al-Misbah, Vol. 2*, Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Soemarsono, *Peranan Pokok dalam Menentukan Harga Jual*. Jakarta: Rieneka Cipta, 1990.
- Soemarso, *Akutansi suatu Pengantar*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002
- Sudarsono, Heri, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Ekonomisia, 2002.
- Suhendi, Hendi *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002.
- Sukirno, Sadono, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ke-3*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.
- Suma, Muhammad Amin, *Tafsir Ayat Ekonomi*. Jakarta: Paragonatama Jaya, 2013.
- Sutisna, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2001
- Syafei, Rachmat, *Ilmu Ushul Fiqh*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2010.
- Syah, Ismail Muhammad, *Filsafat Hukum Islam*. Jakarta: Bumi Aksara, 1999.
- Tryning Rahayu Setya W, “*profil Ramayana Lestari Sentosa*”, Merdeka.com, 2013, <https://m.merdeka.com/ramayana-lestari-sentosa/profil/>
- Trim, Bambang, *Business Wisdom of Muhammad SAW 40 Kedahsyatan Bisnis Ala Nabi SAW*. Bandung: PT Karya Kita, 2008.
- Utomo, Setiawan Budi, *Fiqh Aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)*, Jakarta : Gema Insani, 2008
- Zein, Abdullah, *Memikat Hati Pelanggan Ala Rasulullah*. Yogyakarta: Safirah, 2016.